

周洋 阎安 刘永昶 编著

融合

新闻传播实务

圖書在版編目(CIP)數據

融合 / 周洋, 閻安, 劉永昶編著. — 南京: 江蘇鳳凰教育出版社, 2013.12

ISBN 978-7-5399-6122-1

I. ①融… II. ①周… ②閻… ③劉…

III. ①新聞傳播—實務—教材

IV. ①G2

中國版本圖書館CIP數據核對中心

CONVERGENCE

融合

MEDIA

新聞傳播實務

周洋 閻安 劉永昶 編著

 江蘇鳳凰教育出版社
Phoenix Education Publishing, Ltd

图书在版编目(CIP)数据

融合新闻传播实务/周洋编著. —南京:江苏凤凰教育出版社, 2017. 8

ISBN 978 - 7 - 5499 - 6710 - 0

I. ①融… II. ①周… III. ①传播媒介—研究
IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 184633 号

书 名 融合新闻传播实务
作 者 周 洋
责任编辑 王 岚 周敬芝
出版发行 江苏凤凰教育出版社(南京市湖南路1号A楼 邮编 210009)
苏教网址 <http://www.1088.com.cn>
照 排 南京前锦排版服务有限公司
印 刷 江苏凤凰新华印务有限公司(电话:025-68037410)
厂 址 江苏省南京市新港经济技术开发区尧新大道399号(邮编:210038)
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 16.5
版 次 2017年8月第1版
2017年8月第1次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5499 - 6710 - 0
定 价 52.00 元
网店地址 <http://jsfhjycbs.tmall.com>
公 众 号 苏教服务(微信号:jsfhjyfw)
邮购电话 025-85406265, 025-85400774, 短信 02585420909
盗版举报 025-83658579

苏教版图书若有印装错误可向承印厂调换
提供盗版线索者给予重奖

前 言

当前,媒体融合的浪潮席卷全球,全球媒体生态正在发生着巨大的改变。探究媒体融合爆发的原因,可以从经济的无边界浪潮对产业结构的解构与重构、技术力量对于媒体融合的现实推进、以终端融合为特征的泛传媒产业生态系统逐渐成型等因素进行考量。媒体融合对于新闻传播业带来的冲击显而易见,尤其是传统媒体遭遇作为“门口的野蛮人”新兴媒体的“攻池略地”时,不得不加速融合升级的步伐。

在媒体融合大的语境下,新闻的生产与传播开始出现一些新的特质,如传统媒体看重的是新闻作品,注重收视收听率,记者编辑更多强调的是采访的视野与文本的质量,新闻单位的运作模式是典型的部门驱动模式。在当前的移动互联网环境下,新闻机构更加看重的是信息产品,注重的是信息的到达与分享,更加强调项目负责人或产品经理人的内容创意、运营与传播能力,新闻单位的运作模式则显现为用户驱动模式。对传播内容、传播语境、传播对象、传播工具以及传播生态的不同理解会导致新闻生产与传播呈现不同的面貌,但唯有符合互联网思维,与中国的政治文化生态相吻合的新闻生产与传播才能走得更加长远。

本编著的设计初衷在于回应这样一个思考,什么样的新闻生产与传播才是符合互联网精神并代表着传媒先进生产力方向的。带着这个问题,我们在编著中探讨了媒体融合的概念、内涵与本质,分析了传媒机构,尤其是传统媒体机构在面对媒体融合挑战时应如何实现组织重构与生产流程再造;我们还关注到媒体融合时代新闻传播“语态”在微观和宏观层面发生的改变;关注到“用户”力量的崛起对新闻传播产生的巨大影响,思考我们应当如何对用户价值进行认知与开发;我们还关心“全媒体记者”的成长,并对融合新闻报道团队的组建与运行方式进行了较为前沿的探索;我们还关注到“数据驱动新闻”在近几年的崛起,它作为计算传播学的分支,已经成为未来融合新闻发展的重要取向之一。为了增强

编著的可读性与指导性,我们在文中穿插进“月球车玉兔”微博案例、英国《卫报》通过众包方式调查议员花费以及《卫报》“解读骚乱”数据新闻项目等进行详解,还通过“拓展阅读”“阅读链接”等形式进行有益补充,让编著中“悦读”的成分更多一些。

哈佛大学的安东尼·欧廷格教授曾对人类存在所依赖的物质、能量、信息三大要素进行过精彩点评。他认为,没有物质,什么东西也不存在;没有能量,什么事情也不可能发生;没有信息,什么意义也没有。同样,只有将信息同人性的需求及发展相关联,我们对于媒体融合的探究才会更有意义。从这个层面上来说,未来融合新闻的发展趋势不仅要考虑技术因素,考虑新闻生产传播的特点,还要考虑其对科技的人性化认知,探索人类自身的“身体化”解构,重构信息同用户的关系,唯有如此,才能在未来的融合发展道路上寻找到新的动力与契机。

目 录

第一章 媒体融合概论.....	1
第一节 媒体融合的概念 / 1	
一、国外学者对于媒体融合的诠释 / 2	
二、国内学者对于媒体融合的阐释 / 5	
第二节 媒体融合的基本模式 / 7	
一、依据媒体融合的趋势划分 / 7	
二、基于媒体之间的合作方式划分 / 8	
三、依据媒体融合的内容和形态划分 / 9	
四、基于融媒体发展和聚合程度划分 / 10	
第三节 媒体融合的动因 / 15	
一、政治动因 / 15	
二、经济动因 / 17	
三、技术动因 / 18	
四、文化动因 / 21	
第二章 媒体融合时代传媒组织重构与生产流程再造	23
第一节 媒体融合时代传媒生产流程的再造 / 23	
一、媒体融合语境下媒体流程再造的现实需求 / 24	
二、新闻媒体对新闻生产流程的重构实践与探索 / 25	
第二节 以编辑部改造为核心的传媒组织结构变革 / 33	
一、媒体融合时代跨媒体新闻编辑部的角色转变 / 33	
二、媒体融合时代跨媒体新闻编辑部的实践探索 / 35	
第三节 传媒组织重构与生产流程再造面临的挑战与思考 / 41	

一、公共采编资源与新闻产品个性化需求之间的矛盾 / 41	
二、以编辑部为核心主导新闻生产的理念遭遇现实阻力 / 42	
三、不同媒体经营理念与文化上的差异带来的冲击 / 44	
第三章 媒体融合时代新闻传播语态的演进	46
第一节 受众话语地位的提升牵引语态的变化 / 47	
一、受众话语地位的演变 / 47	
二、受众话语地位的提升影响“语态”的演进 / 48	
三、受众话语地位的变迁对“语态”演进带来的深刻影响 / 51	
第二节 新闻价值判断的调整牵引语态的演进 / 52	
一、时新性极致化发展对“语态”的影响 / 53	
二、重要性内涵拓展对“语态”的影响 / 53	
三、接近性超越传统理解对“语态”的影响 / 54	
四、显著性内涵扩展对“语态”的影响 / 55	
五、趣味性地位提升对“语态”的影响 / 56	
第三节 新媒体技术的勃兴驱动语态的演进 / 57	
一、新媒体技术的异军突起 / 58	
二、新媒体技术勃兴引发“语态”变革 / 59	
三、新媒体技术主导的“语态”演进的未来 / 62	
第四节 案例分析 探索科技传播的“新语态” ——以“月球车玉兔”微博为例 / 63	
一、摘要 / 63	
二、正文 / 64	
三、附录 / 68	
四、使用说明 / 74	
第四章 媒体融合时代用户价值的认知与开发	83
第一节 融媒时代“用户”及“用户价值”的认知 / 83	
一、对“用户”角色的认知 / 83	
二、对“用户价值”的认知 / 86	
第二节 公民新闻与“用户价值”开发 / 88	

	一、“公民新闻”的概念与内涵 / 88	
	二、公民新闻时代用户价值的开发方式 / 89	
第三节	UGC 与“用户价值”开发 / 93	
	一、UGC 相关概念解析 / 94	
	二、如何利用 UGC 开发用户价值 / 94	
	三、在开发“用户价值”过程中规范 UGC / 98	
第四节	案例分析 《卫报》编辑的为难事 / 101	
	一、摘要 / 101	
	二、正文 / 102	
	三、附录 / 104	
	四、使用说明 / 113	
第五章	媒体融合时代数据新闻实践与创新发展的实践探索	120
第一节	什么是数据新闻 / 120	
	一、数据新闻的概念 / 120	
	二、数据新闻的类型 / 122	
	三、数据新闻的特点 / 126	
	四、数据新闻的演化历史 / 127	
第二节	数据新闻的操作流程 / 129	
	一、数据的采集 / 129	
	二、数据的分析 / 130	
	三、数据的可视化 / 133	
	四、数据新闻的传播 / 135	
第三节	数据新闻的理论研究与实践探索 / 136	
	一、数据新闻的研究情况 / 136	
	二、数据新闻的实践情况 / 139	
	三、数据新闻的实践困境 / 141	
第四节	数据新闻的创新发展 / 143	
	一、数据新闻报道内容领域的创新发展 / 143	
	二、数据新闻生产制作的创新发展 / 144	
	三、数据新闻传播平台的创新发展 / 146	
第五节	案例分析 数据新闻的“变”与“不变” ——以英国《卫报》“解读骚乱”为例 / 147	

一、摘要 / 147	
二、正文 / 148	
三、附录 / 155	
四、使用说明 / 199	
第六章 全媒体记者的核心素养	212
第一节 全媒体记者概述 / 212	
一、全媒体记者“画像” / 212	
二、全媒体记者的界定 / 213	
第二节 传统记者全媒体转型的背景与现实挑战 / 215	
一、传统记者全媒体转型的时代背景 / 215	
二、全媒体记者面临的挑战与实践困惑 / 218	
第三节 全媒体记者核心素养的培育 / 221	
一、培育坚定的政治立场和敏锐的政治觉悟 / 222	
二、培育创新意识和创新思维 / 222	
三、培育多媒体整合传播理念和策划能力 / 223	
四、培育采制融合新闻报道的业务能力 / 223	
五、培育在专业领域深度拓展的能力 / 224	
六、培育在工作网络上多向延伸的能力 / 225	
七、培育良好的职业道德素养 / 225	
第四节 阅读链接 / 226	
一、一个全媒体记者的“两会”采访姿势 / 226	
二、中新社的“全媒体记者”实践 / 227	
三、移动直播范例：一台手机一名记者，如何完成恐袭现场直播 / 229	
第七章 融合报道团队的组建与运作	233
第一节 项目责任制主导模式 / 233	
一、项目责任制运作的背景 / 233	
二、项目责任制的内涵 / 235	
三、项目责任制的优势 / 236	
四、实施项目责任制应该注意的问题 / 237	
五、项目责任制的实施案例——以融合新闻作品《雪崩》	

为例 / 238	
第二节 产品经理人制主导模式 / 240	
一、从“受众中心”到“用户驱动”：互联网思维的变革 / 240	
二、用户中心与产品经理思维 / 243	
三、产品经理应具备的基本素质 / 245	
四、产品经理人制主导模式实施案例——以网易新媒体实验室的数据内容团队为例 / 248	
第三节 融合新闻报道团队发展的未来展望 / 250	
一、项目责任制模式下融合报道团队的发展取向 / 250	
二、产品经理人制模式驱动下融合报道团队的发展取向 / 251	
后记	253

第一章 媒体融合概论

身处传播形态剧变的时代,我们正见证着一场新的媒体变革:新旧媒体之间的界限早已不再泾渭分明,数字和网络技术的广泛运用使媒体间日益呈现出一种动态的融合,媒体融合逐渐成为科技、媒体、新闻传播等领域必须面对的关键词。如今,媒体融合已经成为当代传媒业发展的重要趋势和传媒学界的研究热点,国内外传媒业界和学界都在努力推进媒体融合的理论研讨和实践跟进,媒体融合的内涵和外延正在逐渐明晰。

第一节 媒体融合的概念

根据牛津英文词典的注解,融合(convergence)一词最早源于科学领域,如1713年英国科学家威廉·德汉谈到光线的汇聚或发散(convergences and divergences of the rays)使用的就是这个词。随后,该词被逐渐运用于气象学、数学、进化生物学、政治学 and 经济学等学科。

20世纪70年代中叶,计算机和网络的发展带来了融合(convergence)与大众传播真正意义上的结合。1977年法伯(Farber)和巴冉(Baran)发表了《计算和通讯系统的聚合》(*The convergence of computing and telecommunication systems*)一文。^①此后,不断有学者对媒体融合进行研究并给出自己的解释。

^① 宋昭勋:《新闻传播学中 convergence 一词溯源及其内涵》,《现代传播》,2006年第1期。

一、国外学者对于媒体融合的诠释

(一) 尼葛洛庞帝的“三圆交叠”模型

美国麻省理工学院(MIT)的尼古拉斯·尼葛洛庞帝是用融合(convergence)一词来描述媒介发展状况的第一人。作为媒体实验室的创始人,他认为“所有的传播技术正在经历联合变形之痛”^①,所谓“联合变形”就是指在传播技术的影响下,各传统媒介已经出现相互借鉴、渗透的情形。尼葛洛庞帝提出了“三圆交叠”的模型,用三个圆圈分别描述电脑业、印刷出版业以及广播和动画业三者的内涵和边界。三个圆相互重叠,他认为这些重叠交叉处将成为成长最快、创新最多的领域。

在这个模型的基础上,他指出媒体融合是在计算机技术和网络技术二者融合的基础上,用一种终端和网络来传输数字形态的信息,由此带来不同媒体之间的互换性和互联性。^② 尼葛洛庞帝预言般地提出了媒体融合的方向:通讯技术的进一步发展和互联网的广泛运用,文字、照片、音乐、影像等等,都可以通过同一种网络和终端来呈现,出版、电影、音乐、广告、教育等行业也同样卷入融合的浪潮,不同形式的媒体彼此之间的互换性和互联性得到加强,必将逐渐呈现出一种各媒体相互交叉、相互渗透的发展趋势。

(二) 托马斯·鲍德温的“大汇流”理论

国际互联网于20世纪90年代崛起,被视为新兴的第四媒介,不但带来了信息及通讯技术的进步,也对传播产生了巨大的影响。托马斯·鲍德温等三位美国学者著述《大汇流——整合媒介信息与传播》一书里提出,以前电信、有线电视、广播和电脑业“各自为政”,现在汇流到了一起,产生了整合宽带系统(broadband communication system)。^③ 整合宽带系统的建立融声音、图像、资料于一体,并具有储存及交互功能。从此媒体融合有了更好的技术支持,并能够在更广泛的领域内进行。这种在宽带系统下的媒体整合、信息与传播,被称为是媒体的“大汇流”。

不可忽视的是,各国政府政策上的支持也有力地推进了这种大汇流。比如

^① Stewart Brand, *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*. New York: Viking Penguin, 1987, p. 11.

^② 王菲:《媒介大融合》,广州:南方报业出版社,2007年版,第4页。

^③ [美]托马斯·鲍德温等:《大汇流——整合媒介信息与传播》,北京:华夏出版社,2000年版,第2页。

1996年美国修正并通过了新的电信法,解除了对传播产业跨业经营的限制,以开放竞争的方式,让传播业者跨行业经营其他种类的传播媒体,以适应新科技所带来的新的传播环境。传媒公司之间通过收购、合并等手段,进行产权、营运、产品上的整合,形成规模庞大的多媒体集团,从事具有规模效益的多媒体业务。这样,报纸、电视台、电台、电影和互联网站的生产作业得以打破彼此的界限进行互动性融合,进而达到资源共享并衍生出不同形式的信息产品,然后互相推动、促销、造势,通过不同的平台传播给受众,从而取得事半功倍的经济效益。

(三) 凯文·曼尼的“大媒体”理论

美国专栏作家凯文·曼尼(Kevin Maney)在他的《大媒体潮》一书中提出了“大媒体”(Mega-media)的概念。在此书中,他对大媒体概念进行了系统化的论述:大媒体是一种全新的传播概念和传播方式,它向人们提供包括通信、影视、音乐、商业、教育等内容覆盖面极广的全方位资讯和娱乐,并包括上述资讯和娱乐生产的全部内容、设备和过程。^①凯文·曼尼认为,未来传统的大众传媒业、电信业、信息(网络)业将统合于一种新兴的“大媒体产业”之下。大媒体产业将使所有的企业投向同一个市场,带来一种最广泛意义上的大融合,而大媒体产业所描述的这种融合是媒介技术、生产形态和终端融合后更深层次的信息产业各个领域的融合。大媒体产业一方面会呈现爆炸性成长,另一方面也会造成内向“崩溃”,传媒业将不分领域地参与到全面竞争。

(四) 普尔的“传播形态融合”说

最早提出媒体融合(Media Convergence)概念的是传播学者美国麻省理工学院教授伊契尔·索勒·普尔,他对于该词的推广与普及功不可没。在1983年出版的《自由的科技》中,普尔提出了“传播形态聚合”(the convergence of modes)的概念,他认为:数码电子科技的发展是导致历来泾渭分明的传播形态聚合的原因。^②过去不同媒体所提供的服务,如今可以由一个媒体提供;过去一种媒体所提供的服务,如今可由不同的媒体提供,这也是普尔对于“媒体融合”给出的定义。现在看来,这种定义的本意是指各种媒体呈现出多功能一体化的趋势,这种关于媒体融合的形象更多地集中于将电视、报刊等传统媒体融合在一起。

^① 林琳:《大媒体时代——当今世界媒体新潮》,《新闻大学》,1998年(秋季号),第27页。

^② 宋昭勋:《新闻传播学中 convergence 一词溯源及其内涵》,《现代传播》,2006年第1期,第51页。

（五）戴默的“融合连续统一体”理论

戴默等几位在美国鲍尔州立大学任教的学者针对媒介形态和生产过程中相互融合的情形,提出了“融合连续统一体”的概念。在其向美国新闻与大众传播学教育学会提交的论文《融合连续统一体:媒介新闻编辑部合作研究的一种模式》中,戴默等人根据自己所掌握的美国及其他国家的媒介当时的实际情况界定了“融合新闻”的几种模式以及每一种模式的具体含义。交互推广、克隆、合竞、内容分享和融合,这五种模式都是以媒体之间的合作方式为分类标准,五种模式的新闻融合程度依次由弱到强。

（六）安德鲁·纳奇逊的“媒介合作与联盟”理论

美国新闻学会媒介研究中心主任安德鲁·纳奇逊(Andrew Nachison)将“融合媒介”定义为:“印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟”^①,他强调的“媒体融合”更多是指各个媒介之间的合作和联盟。有学者认为,这一“联盟”,当是纸质媒介、广播媒介、电视媒介和网络媒介等共同形成之盟。而三个修饰语,则分别涉及了“联盟”的三个层面:“战略的联盟”所涉的宏观谋略层面,“操作的联盟”所涉的具体业务层面,“文化的联盟”所涉的深厚底蕴层面。^②可见这一界定是基于多媒体经营方式的角度给出的结论,强调媒体融合最值得关注的并不是集中了各种媒介的操作平台,而是媒体之间战略性的、可操作的、具有深厚文化底蕴的深度合作。

除了以上几种媒体融合相关的阐述之外,美国密苏里新闻学院章于炎等人认为:“媒介融合是大众传播业的一项正常的项目或者说是一个渐进的发展过程,它整合或利用处于单一所有权或混合所有权之下的报社、广播电子媒体,以增加新闻和信息平台的数量,并使稀缺的媒体资源得到最优配置。”^③美国南加州大学安利伯格传播学院教授拉里·普莱尔则认为,媒体融合(融合新闻)发生在新闻编辑部中,新闻从业人员一起工作,为多种媒体的平台生产多样化的新闻产品,并以互动性的内容服务大众,通常是一周七日、每日24小时的周期运行。^④

综上所述,“媒体融合”的研究领域十分广阔,国外学者的研究视角也相当多

① 蔡雯:《新闻传播的变化融合了什么》,《中国记者》,2005年第9期,第71页。

② 丁柏铨:《媒介融合:概念、动因及利弊》,《南京社会科学》,2011年第11期,第92页。

③ 章于炎,乔治·肯尼迪,弗里兹·克罗普:《媒介融合:从优质新闻业务、规模经济到竞争优势的发展轨迹》,传媒学术网,2007年4月23日,http://www.chinamediaresearch.cn/article.php?id=5313。

④ 蔡雯:《从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论》,《中国记者》,2007年第1期,第81页。

样,其中有从技术融合角度展开的研究、从媒介所有权融合角度展开的研究、从新闻采编技能融合角度展开的研究等等,可以说涉及与媒介相关的所有方面。正因为如此多元的研究视角,国外学者对于“媒体融合”的界定也是各有所持,至今尚未得出一个公认的定义。一般认为,拉里·普莱尔和安德鲁·纳奇逊给出的定义最具有代表性。

二、国内学者对于媒体融合的阐释

由于观察和思考的角度不同,关于媒体融合的定义也不尽相同。可以说,在不同的国家和地区,媒体融合的内涵也有所变化。2005年,蔡雯率先引进“融合媒介”(Convergence Media)和“融合新闻”(Convergence Journalism)的概念。2006年美国密苏里新闻学院章于炎等人在《媒介融合:从优质新闻业务、规模经济到竞争优势的发展轨迹》一文中第一次向中国传媒界介绍了源于美国的媒介融合(Media Convergence)概念及理论。此后,新闻传播学界、业界对其研究和实践也越来越走向深入和本土化。在这个过程中,中国学者也多次尝试对“媒体融合”这一概念给出自己的思考和界定。

蔡雯认为“媒介融合是在数字技术与网络传播推动下,各类型媒体通过新介质真正实现的汇聚和融合”。^①熊澄宇认为媒体融合是指“所有的媒介都向电子化和数字化这一种形式靠拢,这个趋势是由数字技术驱动的,并在网络技术的推动下变得可能。”^②黄建友在技术驱动的微观分析的基础上进一步强调:“媒介融合的内涵是以数字技术为基础的各种介质、媒介形式的整合,是以字节为基本单位的媒介类别的聚合,而所有权合并、组织结构融合、媒介战略合作都仅仅是媒介融合的表象。”^③他们着重强调了技术在媒体融合中的作用,媒体融合必须通过数字化时代的信息传输来实现,并在此基础上对媒体融合做出界定。

陈浩文从词的本源入手理解“媒体融合”并界定其指向范围。根据《牛津高阶英汉双解词典》,英文单词 convergence 有两个意思:第一,线条、运动物体会于一点,向一点会合、聚集;第二,(用于比喻义)两种事物相似或者相同。因此,媒体融合就有相互区别的两层意思,第一层意思是“会聚”“结合”,第二层意思才是融合。“会聚”或“结合”虽然有一些“融合”的意思,是低层次的“融合”,是物理

① 蔡雯:《媒介融合前景下的新闻传播变革——试论“融合新闻”及其挑战》,《国际新闻界》,2006年第5期,第152页。

② 熊澄宇:《信息社会4.0》,长沙:湖南人民出版社,2002年版,第89页。

③ 黄建友:《论媒介融合的内涵及其演进路径》,《当代传播》,2009年第5期,第51页。

意义上的,是在做“加法”,将同种的媒体或者不同种类的媒体结合为一个共同体,如中国很多的报业集团、广电集团等等;而“融合”则是将不同的媒介功能和传播手段“融化”为一种,这才是“媒体融合”的核心部分,也是未来媒体发展的一个主要趋势。^①

王菲认为“媒介融合是在数字技术和网络技术的背景下,以信息消费终端的需求为指向,由内容融合、网络融合和终端融合所构成的媒介形态的演化过程。”^②邵鹏从信息生产和传播过程出发,将媒体融合定义为“在数字技术推动下,不同媒介生产者、内容、渠道、接收终端之间,传统边界日益模糊、趋于融合的轨迹日益清晰的现象和过程。”^③他们将媒体融合作为一个动态演化过程加以界定,囊括了媒体融合从内容到渠道再到终端的多层次变化,同时比较鲜明地突出了当下媒体融合的技术驱动特征。

丁柏铨认为,媒介融合是由新媒体及其他相关因素所促成的媒介间在诸多方面的相交融的状态。^④可以将媒介融合理解成三个层面上的融合:一是物质层面的融合,即工具层面的融合。媒介作为传播信息和观念的工具,得益于新媒体技术的发展,其功能相交融、被打通,“你”中有“我”,“我”中有“你”。二是操作层面的融合,即业务(包括传播业务和经营业务)层面的融合。三是理念层面的融合,即意识层面的融合。业界人士和学界人士从观念层面形成了两种融合:中国原有媒介发展理论观点中依然具有生命力的部分与新的媒介发展理论观点的融合,以及中国媒介理论观点与西方媒介理论观点的融合。

喻国明教授在《传媒经济学》中则写道,媒体融合是指报刊、广播电视、互联网所依赖的技术越来越趋同,以信息技术为中介,以卫星、电缆、计算机技术等为传输手段,数字技术改变了获得数据、现象和语言三种基本信息的时间、空间及成本,各种信息在同一个平台上得到了整合,不同形式的媒介彼此之间的互换性与互联性得到了加强,媒介一体化的趋势日趋明显。^⑤

此外,还有不少学者在对国内外媒体融合理论研究和实践经验总结的基础上,从各个侧面对媒体融合进行了阐释。有学者认为,媒体融合是媒介发展的一个过程而不是目的;有观点认为,媒体融合是新媒体替代旧媒体的一种战略选择;也有人认为,媒体融合是繁荣媒介事业的一种有效途径。

① 陈浩文:《再论媒介融合(Media Convergence)》,紫金网,2008年1月11日,http://www.zijin.net/portal.php?mod=view&aid=574。

② 王菲:《媒介大融合》,广州:南方报业出版社,2007年版,第21—22页。

③ 邵鹏:《媒介融合语境下的新闻生产》,杭州:浙江工商大学出版社,2013年版,第5页。

④ 丁柏铨:《媒介融合:概念、动因及利弊》,《南京社会科学》,2011年第11期,第93页。

⑤ 喻国明:《传媒经济学教程》,北京:中国人民大学出版社,2009年版,第252页。

总结前人的研究成果,我们可以看出,“媒体融合”的概念应有狭义和广义之分。狭义的概念是指将不同的媒介形态“融合”在一起,产生“质变”,形成一种新的媒介形态,如手机报、网络电视、在线广播等。而广义的“媒体融合”则范围广阔;包括一切媒介及其有关要素的结合、汇聚甚至融合。

在这里,我们认为当从广义上对媒体融合给予动态、立体的理解:媒体融合是指媒介产业在媒体形态、媒体功能、传播手段、资本所有权、组织结构等要素方面所进行的聚合和演进,它既是新闻生产过程的融合,也是信息服务方式的融合。广义的媒体融合描述的是一个从低级到高级逐渐发展的过程,而不是一种终极表现。

第二节 媒体融合的基本模式

“融合新闻”与传统的新闻形态有什么区别?这是西方学者力图解答的问题。在长期的研究中,研究者按照各种不同的标准,对其类别进行了划分,其中比较具有代表性和影响力的是高登和戴默的分类模式。我国有学者在长期的研究和本土化尝试后,也依据不同的标准对媒体融合的基本模式进行了划分。

一、依据媒体融合的趋势划分

早在2003年,美国西北大学教授李奇·高登(Rich Gordon)便归纳了美国当时存在的五种“融合新闻”的模式^①:

一是所有权融合(Ownership convergence),大型的传媒集团拥有不同类型的媒体,因此能够实施这些媒体之间的内容相互推销和资源共享,如美国佛罗里达坦帕市的媒介综合集团(the Media General Company),美国俄亥俄州的新闻电讯集团(Dispatch Media Group),都是将各自在同一地区所拥有的报纸、广播电台、电视台和网站进行了融合。当美国在线和时代华纳2000年进行所有权合并时,《伦敦金融时报》评论说,这次合并第一次清楚地表明,人们期待已久的各种节目制作及其传播方式的融合正在变成现实。

二是策略性融合(Tactical convergence),指所有权不同的媒体之间在内容

^① 蔡雯:《从“超级记者”到“超级团队”——西方媒体“融合新闻”的实践和理论》,《中国记者》,2007年第1期,第81页。